

MINERAL DE POZOS Y EL DESARROLLO TURÍSTICO, ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Rocío Esquivel Ríos¹

María Martha Villaseñor Ramírez²

Resumen

El programa de Pueblos Mágicos en México ha sido un motor de desarrollo para 132 comunidades que son consideradas con singularidades y características mágicas que los colocan con esta distinción. En el estado de Guanajuato se encuentran 6 de estos pueblos característicos de México. Mineral de Pozos, ubicado en el municipio de San Luis de la Paz desde el año 2012 logró consolidarse como un destino turístico enigmático por haber sido un pueblo dedicado a la minería, teniendo una época de bonanza para el siglo XIX y principios del XX, en 1920 fue abandonado, convirtiéndose en un pueblo fantasma y finalmente se convierte en uno de los destinos turísticos del estado de Guanajuato.

El presente trabajo tiene como objetivo principal conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos con respecto a las oportunidades de crecimiento, desarrollo de la comunidad y la planeación de la actividad turística con una visión a futuro.

Palabras clave: Pueblo mágico, desarrollo turístico, turismo.

MINERAL DE POZOS AND TOURISM DEVELOPMENT, STUDY OF THE PERCEPTION OF TOURIST SERVICE PROVIDERS

Abstract:

The Pueblos Magicos program in Mexico has been a development engine for 132 communities that are considered with singularities and magical characteristics that place them with this distinction. In the state of Guanajuato there are 6 of these characteristic towns of Mexico. Mineral de Pozos, located in the municipality of San Luis de la Paz since 2012, managed to consolidate itself as an enigmatic tourist destination for having been a town dedicated to mining, having a boom time for the 19th and early 20th centuries, in 1920 was

¹ Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende – resquivel@utsma.edu.mx

² Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende – mvillasenor@utsma.edu.mx

abandoned, turning into a ghost town and finally becoming one of the tourist destinations in the state of Guanajuato.

The main objective of this work is to know the perception of tourism service providers regarding opportunities for growth, community development and planning of tourism activity with a vision for the future.

Key words: Magic town, turistic development, tourism.

1. INTRODUCCIÓN

El programa de pueblos mágicos propiciado por la secretaria de Turismo Federal fue desarrollado bajo la administración del mandatario Vicente Fox Quezada en el año 2001, diseñado para revalorar ciertas comunidades en el país que como lo menciona SECTUR (2016) se encuentran en el imaginario colectivo de la nación y representan alternativas diferentes para turistas nacionales y extranjeros.

Dicho programa ha sido objeto de opiniones a favor y en contra de su funcionamiento, en cuestión del ejercicio de los recursos económicos derivados de esta denominación, el desarrollo de las localidades y los impactos generados en la misma comunidad. Este hecho ha dado pie a diversas investigaciones para los especialistas tratando de identificar los fenómenos sociales que en estas comunidades se presentan.

Particularmente, San Pedro de los Pozos mayormente conocido como Mineral de Pozos es una comunidad que pertenece a San Luis de la Paz, municipio que cuenta con una extensión territorial de 2,029.97 kilómetros cuadrados, correspondientes al 6.7% de la superficie del estado (2019) convirtiéndolo con ello en el segundo municipio con mayor extensión territorial del estado de Guanajuato.

El municipio destaca por ser una zona de productores de mezcal que poseen denominación de origen, además de riqueza histórica y cultural que data de la época anterior a la conquista de México. En donde asentamientos de Chichimecas y otomís se dieron lugar en esta región, dejando vestigios hoy en día de los que se conoce como Misión chichimeca. La misión Chichimeca es la última localidad con población indígena del estado de Guanajuato, quienes conservan sus usos y costumbres, adaptándose a los cambios de la modernidad.

A 10.9 kilómetros de distancia de la cabeza municipal de ubica el pueblo mágico de Pozos, que complementa la riqueza de San Luis de la Paz y se convierte en un destino turístico cultural y de aventura, atrayendo inversión extranjera y desarrollo para la comunidad, sin embargo, no todo es favorable.

En ese sentido el presente trabajo tiene como finalidad conocer la percepción de los prestadores de servicios con respecto al desarrollo laboral y económico que ha traído la

actividad turística, así como el potencial turístico que posee el destino para seguir consolidándose como uno de los destinos turísticos más visitados de la región.

2. Marco Teórico

2.1 Turismo en el estado de Guanajuato

El estado de Guanajuato se ubica en la parte central de la República Mexicana, y justamente la ubicación del estado, lo convierte en una región estratégica para el desarrollo económico basado en la industria manufacturera y el turismo. El estado cuenta con una red carretera que facilita la accesibilidad y la distribución de productos.

Dentro de la actividad turística se encuentran atractivos de turismo cultural, turismo de romance, aventura, religioso, bienestar, compras y gastronomía, además de variadas rutas turísticas y ciudades patrimonio de la Humanidad.

Aunado a ello el estado posee seis pueblos mágicos:

1. Dolores Hidalgo, cuna de la independencia mexicana
2. Salvatierra, ciudad antigua con haciendas y templos coloniales.
3. Mineral de Pozos, antigua ciudad minera
4. Jalpa de Cánovas, lugar de naturaleza e historia
5. Yuriria, poseedor de parroquias, templos y conventos
6. Comonfort, lugar histórico y con riqueza gastronómica

Como se describe anteriormente la actividad turística en el estado de Guanajuato es muy diversa, motivo por el cual para el período julio – septiembre de 2019 se tuvo un incremento del 31% en la venta de servicios y productos turísticos, según datos del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG, 2019).

Sin embargo, derivado de la emergencia sanitaria que se está viviendo en el mundo la actividad ha tenido un desplome. En diciembre del 2019 se tuvo la afluencia al estado de 2.715.18 miles de turistas, mientras que, para mayo del 2020, únicamente llegaron al estado 115 mil turistas, teniendo impacto directo en la economía, la generación de empleos directos e indirectos y la inversión nacional y extranjera.

Siendo la pandemia provocada por el COVID-19 una limitante para la actividad turista, se está trabajando para la reactivación de la misma sanitizando espacios y garantizando a los turistas seguridad e higiene. Al mismo tiempo, la Secretaría de Turismo del estado está apostando por el turismo rural como un elemento de activación.

Como lo mencionó el secretario de turismo del estado en conferencia de prensa el pasado 18 de julio de 2020, y publicado en uno de los boletines del Gobierno del Estado de Guanajuato (2020), hablando de turismo rural y la planeación turística del estado:

“Su actividad nos presenta una gran oportunidad porque sabemos que en la mente del turista está la incertidumbre de cómo se cuida el lugar visitarán. Diferentes grupos de edades nos han confirmado que a uno de los lugares que quieren acudir,

post COVID-19, es a espacios rodeados de naturaleza que les brinde paz; y ustedes serán grandes anfitriones”

2.2 El turismo como potencial de desarrollo en Mineral de Pozos

Según datos de la OMT (2003) a través de su informe “turismo y atenuación de la pobreza” afirma que el turismo tiene diversas ventajas para los países subdesarrollados, entre ellas se encuentran:

1. El consumo turístico se realiza en el lugar de producción
2. No hay barreras arancelarias significativas contra las exportaciones tradicionales de los países en desarrollo
3. El turismo se presenta como una actividad que brinda grandes posibilidades para sumar exportaciones competitivas.
4. Su producción depende el capital natural y cultural principalmente
5. Es una actividad que aprovecha los recursos

De acuerdo a las ventajas mencionadas por la OMT, Gambarota, D. & Lorda, M. (2017) mencionan que el turismo impactará positivamente en los lugares, en su desarrollo económico y en la calidad de vida de las personas. Así como lo afirma Vera *et al.* (1997) La creciente demanda de destinos y experiencias alternativas ha propiciado que todos los espacios sean potencialmente turísticos en razón a su especificidad.

Atendiendo las aportaciones anteriores es necesario considerar el territorio del destino turístico con los pequeños subsistemas que lo conforman como lo infiere Méndez (1997), El territorio es considerado como un sistema constituido por varios subsistemas (natural, social, cultural, tecnológico productivo y político) interactivo y dinámico que pueden sinterizarse en cinco tipos de variables estratégicas.

Es entonces el territorio turístico una combinación de aristas, cada una de las mencionadas por Méndez, más aquellas identificadas directamente con la actividad, como de muestra en la imagen siguiente.

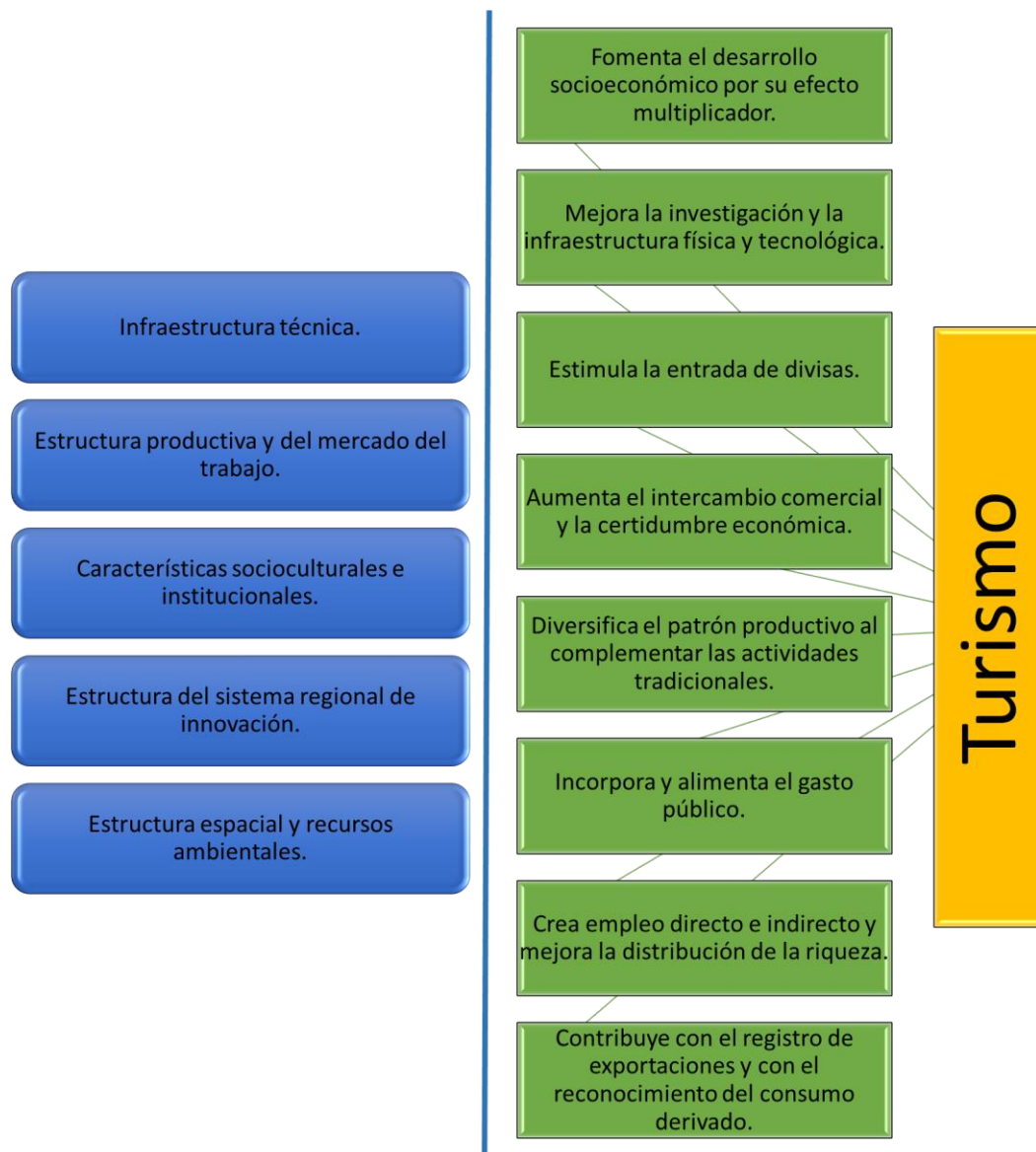
Siguiendo la visión anterior en pertinente abordar del destino turístico considerando parte de su historia y territorio productivo.

La historia de Mineral de Pozos se remonta a la época prehispánica, en donde asentamientos chichimecas ocuparon este territorio. En 1576 comenzaron los conflictos entre los españoles y los chichimecas, con la finalidad de proteger la ruta de la plata.

Los jesuitas fueron los encargados de enseñar a los habitantes de la región el oficio de la minería con los métodos europeos, logrando con esta actividad la opulencia de la ciudad.

Para el año 1595, la ciudad fue nombrada San Pedro, derivado de influencia católica. Solo cinco años después en 1600, San Pedro ya contaba con 100 minas aproximadamente.

Figura 1. La actividad turística como potencial de desarrollo del territorio



Fuente: Elaboración propia basada en Gambarota, D. & Lorda, M. (2017)

Fue nombrado Pozos en 1658, debido a la gran cantidad de excavaciones relacionadas con la minería. Para finales del siglo XIX, San Pedro de los Pozos ya contaba con actividad turística, pues hay indicios de que ya existían hoteles, restaurantes y hasta un teatro.

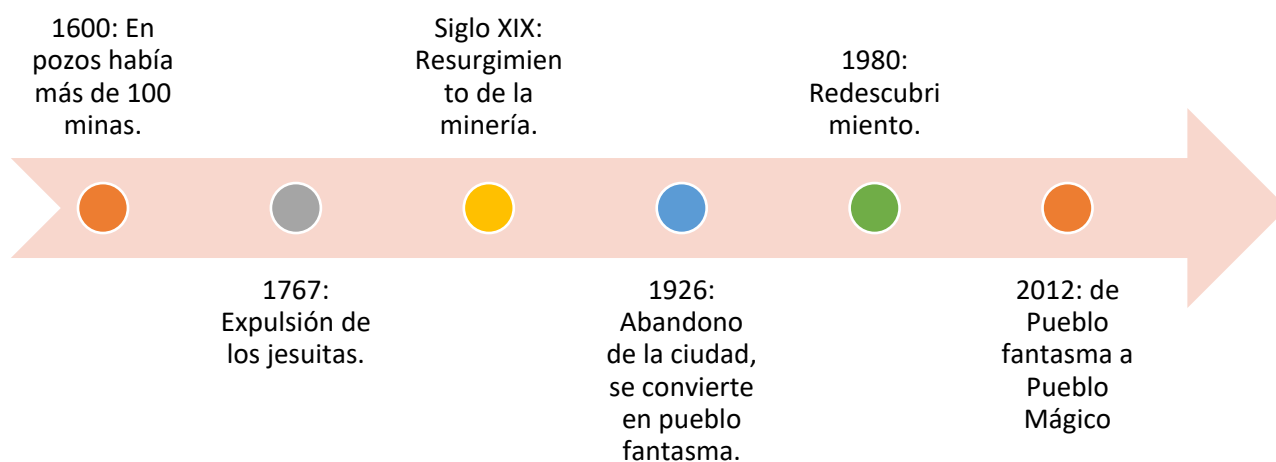
Durante el porfiriato Pozos obtuvo su máximo esplendor. Sin embargo, a la caída del gobierno porfirista, el pueblo cayó sin recuperarse.

En la década de los 80's la comunidad de Pozos fue redescubierto y reconocido por el gobierno federal con la finalidad de convertirlo en destino turístico, siendo parte de los

atractivos que posee el estado de Guanajuato. Y finalmente en 2012, Mineral de Pozos fue nombrado Pueblo Mágico, entrando a la lista de las comunidades mágicas y enigmáticas del país.

A partir del desarrollo histórico de Mineral de Pozos se pueden identificar algunos momentos clave, que se muestran en la siguiente imagen:

Figura 2. Línea del tiempo



Fuente: elaboración propia

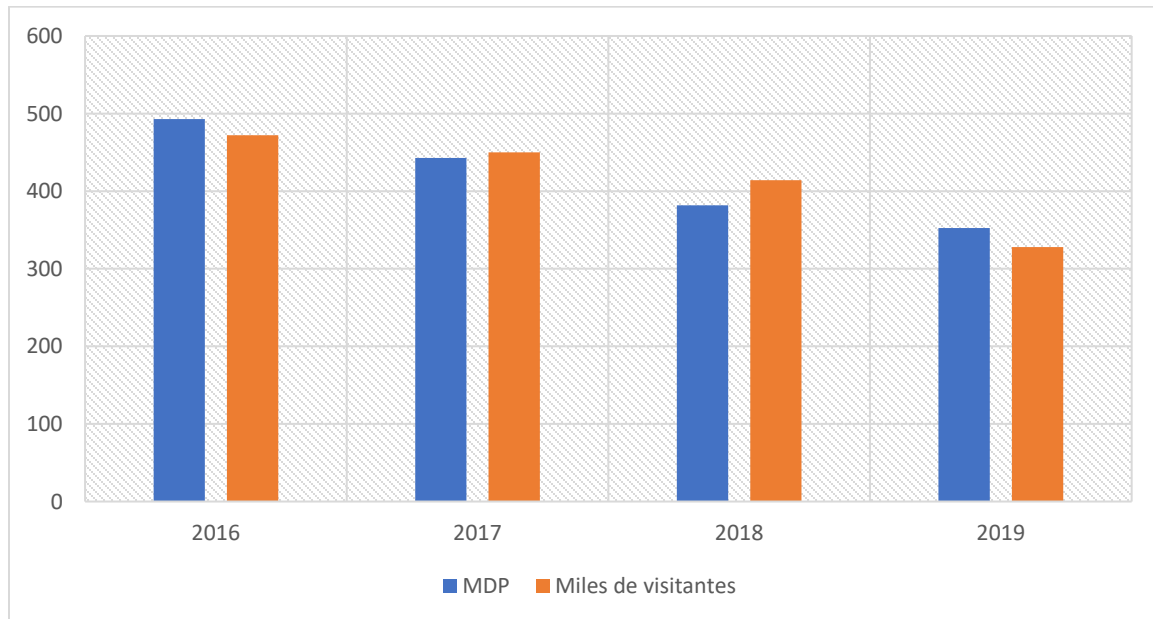
Las flechas grises identifican los momentos en la historia en que Pozos ha decaído y por ende abandonado, pues la minería como su principal actividad productiva había sido parada. Mientras que las flechas rojas corresponden a los momentos en que a lo largo de la historia Pozos ha gozado de riqueza y desarrollo social. Desde el año 2012 a la fecha, la ciudad tiene como principal actividad productiva el turismo, misma que ha funcionado como motor de desarrollo para la comunidad.

Según datos del OTEG (2019) el perfil del visitante que llega a la ciudad es el siguiente: El 65% son considerados excursionistas y 35% turistas, de ellos el 44% de procedencia nacional, 50% estatal y el 6% internacional.

Asimismo, el 63% practica turismo cultural, el 27% turismo de recreación. 4% religioso, 2% aventura, 2% de negocios, 1% estudiantil y el 1% de compras.

En cuanto a número de visitantes y derrama económica, la figura siguiente muestra las fluctuaciones desde el año 2016 a 2019.

Figura 3. Fluctuación de la actividad turística



Fuente: Elaboración propia basada en datos del OTEG

En la gráfica se observa cómo ha variado la afluencia turística y la derrama económica en el destino desde el año 2016. Para este año se tuvo un total de 472 mil visitantes, dejando una derrama económica de 493 millones de pesos. Para el 2017, se tuvo un decremento de 22 mil personas. Teniendo en total 450 mil visitantes con una derrama 442.9 millones de pesos.

En el año 2018 la disminución del número de visitantes fue aún más, teniendo un total de 414.1 millones de visitantes con una derrama económica de 381.8 millones de pesos.

Finalmente, en el año 2019 llegaron al destino 328 mil visitantes y se obtuvo una derrama económica de 352.5 millones de pesos.

Para el 2020 la actividad turística se vio pausada por la contingencia sanitaria causada por la COVID-19. Actualmente se encuentra en periodo de activación para repuntar nuevamente entre los destinos más visitados del estado de Guanajuato.

2.3 Ubicación espacial

El pueblo mágico de Mineral de Pozos se ubica en las coordenadas longitud -100.493889 y latitud 21.223889 (INAFED, 2018), pertenece al municipio de San Luis de la Paz, que colinda al norte con el estado de San Luis Potosí, al este con el municipio de victoria, al sur con los municipios de Doctor Mora, San José Iturbide, San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo.

Figura 4. Ubicación geográfica de Mineral de Pozos



Fuente: Extraído de INAFED (2018)

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) la comunidad de Pozos cuenta con una población de 995 hombres y 1110 mujeres, de los cuales 876 son menores de edad y 1229 adultos. Teniendo un porcentaje muy bajo de personas pertenecientes a una comunidad chichimeca. Parte de la población laboralmente activa se dedica a la siembra de hortalizas, frijol, alfalfa, chile y trigo, mientras que la actividad turística sigue ganando terreno, cambiando la estructura económica de la comunidad fortaleciendo al sector terciario.

Siendo el turismo base importante de la economía, es pertinente conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos, ya que tienen la responsabilidad de fortalecer la actividad y por ende la economía, de esta forma a continuación se detalla la manera en que dicha percepción fue medida.

3. METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene un diseño no experimental, de orden social. Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan que las investigaciones no experimentales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural. Al respecto, esta investigación aborda directamente la percepción de los prestadores de servicios sin hacer alguna manipulación de las variables.

Al mismo tiempo es una investigación con diseño transeccional descriptivo, debido a que se realizó el levantamiento de datos en un momento determinado y no en un periodo de tiempo y posterior a ello se describen los hallazgos encontrados sin identificar las causas que provocan los fenómenos sociales.

Para el levantamiento de datos, se diseñó un cuestionario en Google, que facilitó la distribución y el acercamiento con los prestadores de servicios. Dicho cuestionario se divide en cinco apartados. El primero de ellos contiene información referente a los datos labores y personales, la segunda parte contiene variables económicas, la tercera variables sociales y culturales, la cuarta variables medioambientales y la última parte corresponde a las variables turísticas.

Al mismo tiempo el cuestionario contiene opciones de respuesta en escala de Likert y en algunos casos preguntas abiertas, con la finalidad de obtener información puntual.

4. RESULTADOS

Los resultados obtenidos después de realizar una encuesta a los prestadores de servicios turísticos, entre otros se ven reflejados en las siguientes gráficas. Cabe mencionar que un 47.8% de los prestadores de servicios que respondieron son hombres mientras que el 52.2% son mujeres. El 47.8% son guías de turistas, el 17.4% hoteleros, el 8.7% restauranteros y el resto se dedican a las artesanías, venta de mezcal, entre otros, la mayoría de ellos con mas de 5 años de experiencia en el ramo turístico.

4.1 Variable política

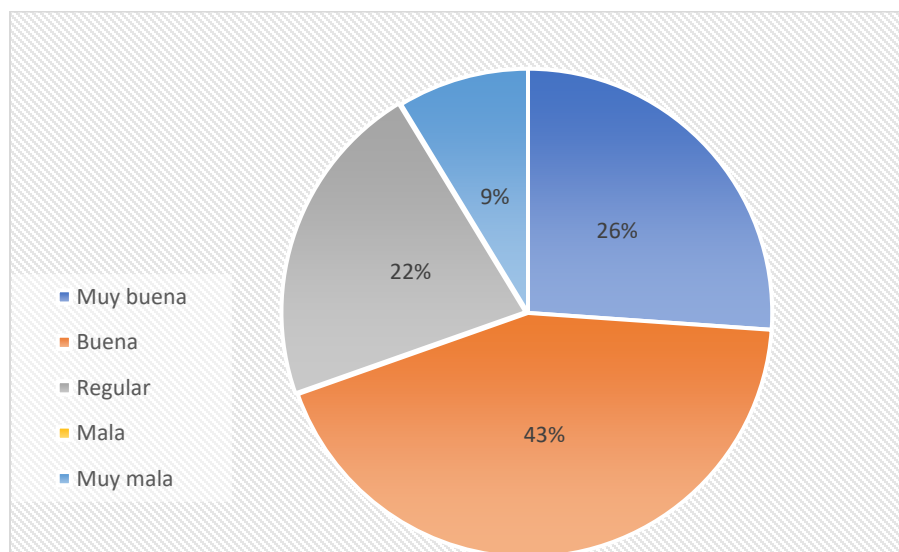
El objetivo principal de esta variable es identificar los apoyos que las administraciones han otorgado a los prestadores de servicio, hablando a nivel estatal y municipal. Varisco, (2007) menciona que la población local es quien debe tomar la iniciativa para gestionar sus recursos y planificar el desarrollo de las actividades turísticas, es aquí donde la cuestión de la endogeneidad del proceso de desarrollo resulta ser clave. En ese sentido, los prestadores de servicios turísticos expresan su percepción con respecto a dicho desarrollo de la comunidad.

El primer cuestionamiento resalta la percepción de los apoyos recibidos. El 43% menciona que los apoyos han sido buenos, el 26% afirma que han sido muy buenos, para el 22% los apoyos han sido regulares y solo el 9% consideran que estos apoyos han sido malos.

Entre los apoyos que se mencionan han recibido se encuentran equipamiento para sus empresas, módulos de información, económico y capacitaciones

¿Cómo considera el apoyo recibido por la administración municipal y estatal para el desarrollo turístico de Pozos?

Figura 5. Apoyos estatales y municipales



Fuente: elaboración propia basada en encuesta a prestadores de servicios turísticos de Mineral de Pozos (2021).

Dentro de esta variable se les preguntó sí a partir del nombramiento de Pozos como pueblo mágico perciben algún desarrollo y en donde puede observarse dicho desarrollo. Para lo cual el 95.7% mencionan que si se percibe desarrollo. El 82.6% mencionan que este desarrollo es visible en el mejoramiento de los caminos, asimismo es visible el mejoramiento de las escuelas 30.4%. Los servicios básicos han sido mejorados 43.5%, existe mejoramiento en las casas habitación 39.1% mientras que el 78.3% menciona que ha aumentado el número de hoteles y restaurantes.

4.2 Variables económica

La importancia de la variable económica radica en el recurso que obtienen las comunidades con la distinción de pueblo mágico. Parte del recurso financiero proviene del programa a nivel federal y otra parte de la derrama económica que turistas y visitantes gastan en el destino. Al respecto la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos menciona que a través de dicho recurso se habla de las oportunidades gracias a las cuales se orienta su economía hacia la inversión para el desarrollo turístico, innovación de productos turísticos, certificaciones en materia turística, acciones hacia la sustentabilidad de la actividad, trabajo

coordinado entre instituciones y sociedad y una mercadotecnia integral para cada destino (SECTUR, 2020).

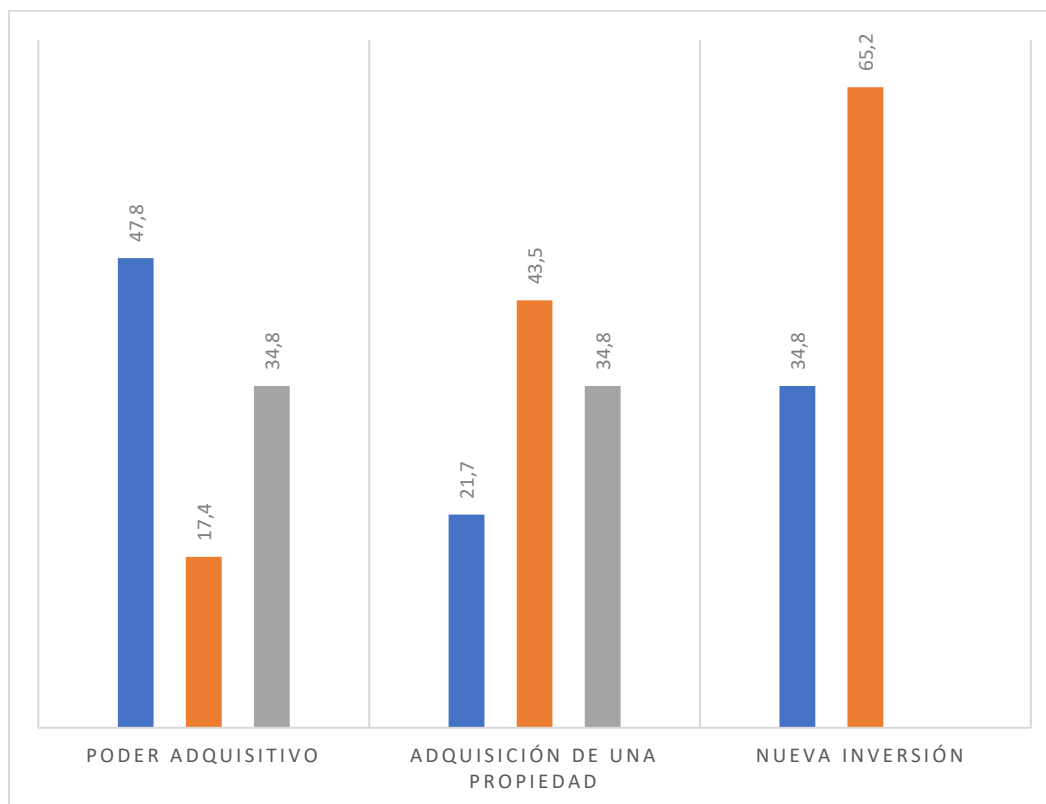
Según la percepción de los prestadores de servicios turísticos el 47.8% de ellos considera que el poder adquisitivo de los habitantes ha mejorado a partir del nombramiento como pueblo mágico. El 34.8% considera que la vida se encareció y el 17.4% considera que sigue igual.

En cuanto el acceso a vivienda, el 43.5% considera que adquirir una propiedad en Pozos es caro, el 34.38% menciona que es excesivamente caro y el 21.7% considera que es accesible.

Asimismo, el 65.2% menciona no conocer sobre nuevas inversiones para infraestructura turística en el destino, mientras que el 34.8% menciona que tienen algo de información al respecto. Entre los que destacan los proyectos inmobiliarios con la construcción de nuevos *clusters* habitacionales principalmente dirigidos a extranjeros.

De manera gráfica, la variable económica se observa de la siguiente manera.

Figura 6. Variable económica



Fuente: elaboración propia basada en encuesta a prestadores de servicios turísticos de Mineral de Pozos (2021).

4.3 Variable sociocultural

Esta variable tiene como finalidad identificar la conservación de las tradiciones y cultura sobre la actividad turística. Es decir, si las festividades, danzas, gastronomía, en general la cultura no se ha perdido por el turismo.

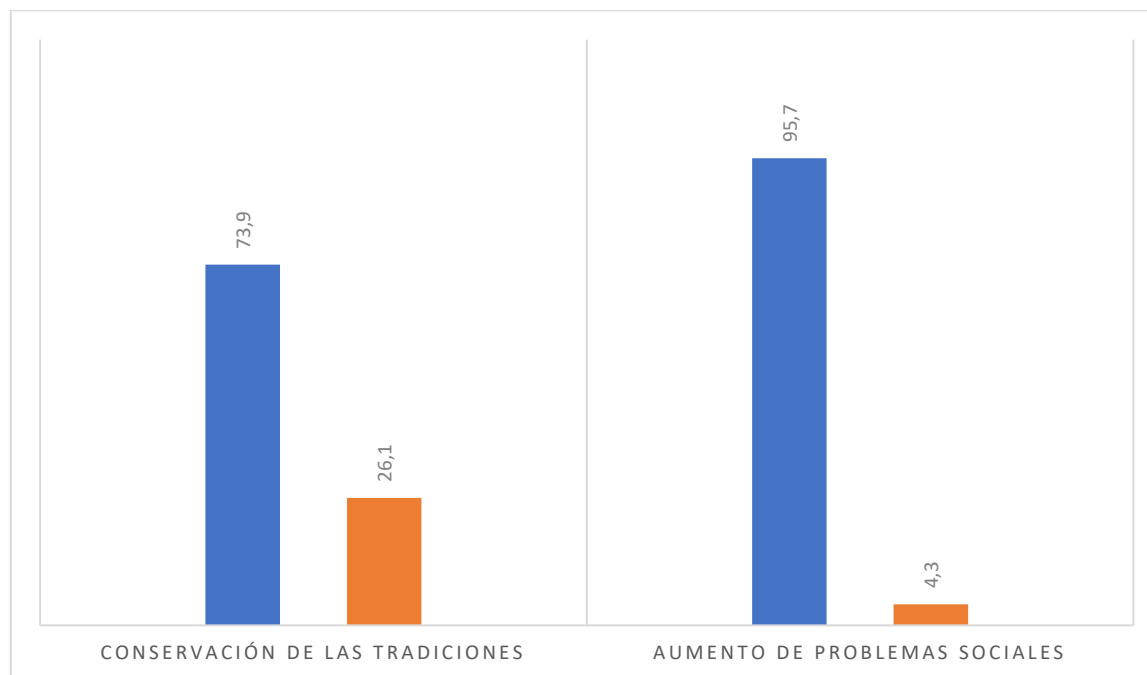
Arvizu (2014) menciona que al generarse más turismo se promueven encuentros entre nuevas culturas haciendo de los residentes un grupo sensible donde el involucramiento de estos en el desarrollo del turismo deber ser fundamental.

Con respecto a la percepción de los prestadores de servicios, el 73.9% mencionan que a partir de que Pozos se convirtió en un destino turístico, problemas sociales como robos y asaltos han aumentado. Otro de los problemas sociales identificado es el desplazamiento de la comunidad local, sobre los extranjeros que poseen nuevas residencias.

Asimismo, el 95.7% considera que aún con las segundas residencias y las actividades turísticas las tradiciones aún se conservan, como los son el festival de la toltequidad, las festividades al señor de los trabajos y otras más de orden religioso.

Una acción importante para la conservación de estas tradiciones ha sido la difusión de las mismas, en donde hacen participes a turistas y visitantes, siendo el primer medio de difusión las redes sociales.

Figura 7. Variable sociocultural



Fuente: elaboración propia basada en encuesta a prestadores de servicios turísticos de Mineral de Pozos (2021).

4.4 Variable medioambiental

La cuarta variable corresponde al cuidado del medio ambiente. Bramwell & Lane (1999) citados en Varga, E., Castillo, M., & Zizumbo, L., (2011) mencionan que la concepción de desarrollo sustentable fue adoptada y adaptada al turismo con la finalidad de conseguir el bienestar de los turistas, residentes y operadores turísticos en relación a su entorno, pero sin dejar de lado el crecimiento económico que busca el sector en los destinos.

Bajo ese enfoque es prioritario de los destinos turísticos el desarrollo de las actividades centradas en la premisa de la búsqueda del crecimiento económico, pero apegados al respeto y cuidado del medio ambiente.

Al respecto de esta visión sustentable, el 47.8% de los prestadores de servicios afirman que el destino tiene un enfoque sustentable, mientras que el 52.2% menciona que no lo tiene. Dentro de las acciones sustentables que los prestadores de servicios practican se enlistan principalmente la limpieza de lugares públicos, la creación de huertos orgánicos, reforestación y campañas de concientización, utilización de paneles solares y reciclado de materiales.

La percepción del 65.2% de los prestadores de servicios turísticos con respecto al comportamiento de los visitantes y turistas en el cuidado del medio ambiente en el destino es bueno principalmente porque al momento de observar un destino limpio tratan de mantenerlo igual.

4.5 La actividad turística hacia un futuro prometedor

Posterior a la revisión y análisis de la información recabada se puede revisar el siguiente análisis FODA.

Tabla 1: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Es un destino turístico consolidado Tienen campañas de difusión exitosa Los prestadores de servicios turísticos se encuentran capacitados Realizan acciones para el rescate y conservación de las tradiciones Tienen apoyo a nivel municipal y estatal	La comunidad extranjera quiera invertir en el desarrollo turístico El turismo cinematográfico ha sido un fuerte impulso para el destino
DEBILIDADES	AMENAZAS
No tienen programas de turismo sustentable No existe organización entre los guías de turistas, cada uno trabaja por sus propios intereses	Pueden entrar competidores al destino fácilmente

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestran algunas características del destino turístico que favorecen la identificación de oportunidades a mejorar para la práctica del turismo. Entre las que se puede destacar el desarrollo de un programa de turismo sustentable con buenas prácticas ambientales para el cuidado del medio ambiente de la comunidad.

Considerando la necesidad de generar dicho programa es indispensable identificar el proceso pertinente para su desarrollo:

a). Identificación de la Necesidad

Esta primera etapa considera el acercamiento con los prestadores de servicios turísticos y servidores públicos, para identificar necesidades concretas y problemas ambientales que aquejen a la comunidad, así como a los turistas, siendo este el punto de partida para el diseño de un plan efectivo.

b). Diagnostico ambiental

Una vez identificadas las necesidades y habiendo realizado una investigación de campo en donde se pueda escuchar a la comunidad. Es oportuno analizar la información obtenida para realizar un diagnóstico oportuno que sirva a manera de radiografía de la actualidad en términos ambiental del destino y con ello comenzar el diseño de mejora.

c). Soporte del diseño

El tercer paso debe involucrar a todos los actores que convergen en el desarrollo de la actividad turística como lo son el sector empresarial, guías de turistas, prestadores de servicios y servidores públicos. De tal forma que todos obtengan beneficios, pero al mismo tiempo adquieran obligaciones para la ejecución de las buenas prácticas.

d). Ejecución

Finalmente es necesario ejecutar el diseño desarrollado para posteriormente evaluar y tomar las decisiones correspondientes a la revisión del mismo o bien la permanencia.

Cabe mencionar que no solo se identifica como área de oportunidad el ámbito ambiental. Es pertinente desarrollar y trabajar sobre el ámbito social-cultural y económico, atendiendo los problemas actuales y anticipándose a futuros problemas.

5. CONCLUSIONES

La investigación desarrollada identifica la percepción de los prestadores de servicios de cuatro aspectos prioritarios del turismo en Mineral de Pozos; económica, sociocultural, ambiental y política, considerándolos de manera integral como los elementos principales de la actividad.

La variable política refleja que la administración pública ha enfocado parte de su trabajo en apoyar a los prestadores de servicios de diversas maneras. La mayoría de estos apoyos son percibidos de manera favorable, sin embargo, esta vertiente va más allá de otorgar apoyos, pues implica la toma de decisiones y creación de políticas publicas pertinentes para desarrollar la actividad en absoluto respeto al entorno. En ese sentido, quienes gestionan la

actividad en Mineral de Pozos no pueden perder de vista la responsabilidad que recae sobre ellos.

Por otro lado, en el ámbito económico, es evidente el encarecimiento de la vida para la comunidad receptora, esto, derivado de la fuente inversión extranjera que ha obtenido el destino para su desarrollo, los nuevos proyectos habitacionales están dirigidos a un segmento que posee una economía desahogada generando exclusión y desigualdad para las personas originarias del lugar.

La variable socioeconómica, deja entrever que los problemas sociales han aumentado en la comunidad, sin embargo, se dan redoblado los esfuerzos por conservar y difundir las tradiciones de Pozos, permitiendo con ello la trascendencia de su cultura a través de las nuevas generaciones.

Finalmente, la variable medioambiental, muestra la falta de buenas practicas ambientales de manera general en el destino, identificando problemas específicos que se deben atender de manera inmediata, evitando con ello mayores complicaciones a futuro.

Cada una de estas variables trata de reflejar la percepción de los prestadores de la actividad turística en Mineral de Pozos, con la finalidad de identificar áreas de oportunidad para mejorar la actividad y la calidad de vida de la propia comunidad, desarrollando con ello una actividad turística responsable y apegada a la normativa vigente.

BIBLIOGRAFÍA

- Arvizu, E. (2014) *La calidad del servicio: un estudio sobre la percepción de los habitantes de Álamos, Sonora en relación a la aplicación del programa federal Pueblos Mágicos*. Tesis de maestría. Colegio de Sonora: Sonora. <http://biblioteca.colson.edu.mx:8080/repositorio/handle/2012/44375>
- Gambarota, D. & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana* 28(2) 346-359.
- Gobierno del Estado de Guanajuato, (2020). *El Turismo Rural será un gran atractivo para los turistas, post COVID-19*. Boletines de Guanajuato SECTUR <https://boletines.guanajuato.gob.mx/2020/07/18/el-turismo-rural-sera-un-gran-atractivo-para-los-turistas-post-covid-19/>
- Hernández, S. Fernández & Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- INAFED. (2018). San Luis de la Paz. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM11guanajuato/municipios/11033a.html>
- INEGI. (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html>

- Méndez, R. (1997). *Geografía económica*. España: Editorial Ariel
- OMT. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.
- OTEG (2019). *Barómetro Turístico 2019, 1ra Edición*. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. http://observatorioturistico.org/cenDoc/d936b-Bar--metroTur_1er2019.pdf
- OTEG (2019). *Mineral de pozos, perfil del visitante 2019*. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. <http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/seccion/6>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía colombiana*, 28(3), 507-513.
- SECTUR. (2016). *Programa Pueblos Mágicos* Secretaria de Turismo. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- SECTUR. (2019). *Mineral de Pozos, Guanajuato*. Secretaria de Turismo <https://www.gob.mx/sectur/articulos/mineral-de-pozos-guanajuato>
- SECTUR. (2020). Estrategia nacional de pueblos mágicos. Secretaría de Turismo <http://sistemas.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/Formatos/ENPM.pdf>
- Vargas, E., castillo, M. & Zizumbo, L. (2011). Turismo y sustentabilidad. Una reflexión epistemológica. *Estudios y perspectivas del turismo*, 2(5) 706-721
- Varisco, C. (2007). Sistema productivo turístico y desarrollo local. *Ciencias Sociales Online*, 4(2) 15-36.
- Vera, J., López, F., Marchena, M. & Antón, S., (1997). *Análisis territoriales del turismo. Una nueva geografía del Turismo*. España: Editorial Ariel.